



Marco Aurélio de Souza Rodrigues

Professor Convidado da Fundação Dom Cabral

TITULAÇÃO

- PhD em Administração de Empresas, pelo Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2016.
- Mestrado em Administração de Empresas, pelo Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2010.
- Pós-graduação em Marketing, pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2001.
- Graduação em Comunicação Social, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 1999.

FORMAÇÃO COMPLEMENTAR

- *Building Ventures in Latin America*, pelo Insper, 2011.
- *Wharton/COPPEAD MBA Exchange Program*, pelo *The Wharton Business School of The University of Pennsylvania*, 2009.

ATUAÇÃO PROFISSIONAL

- Professor Convidado da Fundação Dom Cabral - FDC.
- Coordenador do Executive MBA do COPPEAD, desde 2015.
- Professor Convidado do MBA Executivo, ministrando as disciplinas de Gestão Estratégica & Tecnologia da Informação e Comunicação & Novas Mídias do COPPEAD, desde 2014.
- Também no COPPEAD ministra as disciplinas de Estratégia de Comunicação, Comunicação Integrada de Marketing e Fundamentos de Estratégia, desde 2012.
- Professor Convidado do Neo MBA, ministrando as disciplinas de Marketing e Estratégia Digitais do IBMEC, desde 2013.
- Professor ministrando aulas de Comunicação Corporativa com ênfase em Branding na Primeira Escola de Negócios, 2011.
- Analista de Marketing da easyCAE Designer, 2001-2003.
- Diretor de Arte da Fiore Comunicações, 2001.
- Diretor de Criação e Planejamento da Conceptiva Comunicação & Marketing, desde 2003.
- Consultor da Globosat / SporTV (2014), da Proteste Associação de Consumidores (2014), Galt Capital Consultoria de Investimentos (2013-2014) e no O Globo / Infoglobo (2010-2011).
- Desenvolvimento de pesquisas relativas à Estratégia e Mídias Digitais para empresas como Rede Globo e Infoglobo, pelo Centro de Estudos em Estratégia e Inovação - Instituto COPPEAD de Administração, desde 2011.

PUBLICAÇÕES

- REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E INOVAÇÃO (2015 – CAPES B2) Adoção de Inovações em Mercados em Rede: Análise da Introdução do Livro Didático Digital no Brasil.